L'EXPRESS - N°3167 – Semaine du 14 au 20 mars 2012

EMPLOI RÉUSSIR

Se lancer en franchise

Séduisant moyen de reconversion professionnelle, la franchise attire de nombreux candidats. Un changement de statut et de vie qu'il faut préparer avec soin. Recommandations.

Pour se lancer en franchise et mettre toutes les chances de réussite de son côté, il convient de procéder avec méthode. Attention de ne pas brûler les étapes.

Selon l'enquête annuelle CSA pour la Banque populaire et la Fédération française de la franchise (FFF), un candidat à la franchise ne rencontre en moyenne que 2,1 enseignes avant de faire son choix définitif. C'est bien trop peu, de l'avis des experts. « Bon élève », Christophe Châtelet, 47 ans, a sollicité sept franchiseurs différents avant de rejoindre le réseau Midas. Franchisé de cette enseigne à Chelles (Seine-et-Marne) depuis 2010, il a longtemps mûri sa décision. Entre 2007 et 2009, il s'est rendu chaque année au Salon Franchise Expo Paris. Après avoir hésité à se lancer dans la restauration rapide, il s'est finalement dirigé vers un secteur qu'il connaissait mieux. Christophe a, en effet, débuté comme commercial dans l'équipement automobile, avant de travailler sept ans pour un fabricant britannique d'articles ménagers. Lassé de négocier avec les centrales d'achat de la grande distribution, désireux de voler de ses propres ailes, il confie : « Je souhaitais me mettre à mon compte, mais pas me lancer en solo sans accompagnement. J'ai recherché une enseigne connue et professionnelle capable de m'apporter son savoir-faire. »

Dans la phase amont, pour effectuer le bon choix, il est aussi utile de consulter la presse et les sites spécialisés, de lire des guides pratiques, d'arpenter des Salons professionnels comme Franchise Expo Paris, qui se déroule cette année du 18 au 21 mars. Ces événements sont autant d'occasions de rencontrer des franchiseurs, des franchisés, des experts et de participer à des ateliers.

Après avoir identifié le réseau et le secteur, il faut s'assurer d'être en adéquation avec l'enseigne ciblée. Rien de tel qu'un stage en immersion dans une unité franchisée pour évaluer ce point. Certains franchiseurs offrent cette possibilité de test avant toute signature de contrat. Christophe Châtelet a ainsi effectué un stage de découverte en 2009 chez un franchisé Midas. Il raconte : « Ce fut l'élément déclencheur de mon choix. » Il ne signe son contrat définitif que plusieurs mois plus tard, après avoir utilement pris conseil auprès d'un expert-comptable et d'un avocat. Et avant d'ouvrir son centre à Chelles, il a suivi six semaines de formation théorique et pratique au sein de l'institut Midas.

Se former est indispensable. Surtout lorsque l'on change de secteur ou de métier, à l'instar de Nathalie Lapierre, franchisée CrediPro à Gap (Hautes-Alpes), un réseau de courtage en crédits professionnels. Professeur d'éducation physique pendant dix ans, elle a abandonné le confort de l'enseignement pour se lancer en franchise en 2011. C'était pour elle

BEAUDOUIN/ALPACA/ANDIA POUR L'EXPRESS

Nathalie Lapierre, 32 ans, franchisée CrediPro (courtage en crédits professionnels).

« JE ME RÉALISE DANS MON TRAVAIL »

« Je suis une ancienne professeur d'éducation physique. Je ne me serais jamais installée à mon compte, dans un métier nouveau, sans le soutien d'un réseau de franchise qui m'apporte une marque connue et des références. J'ai démarré à Gap (Hautes-Alpes) en janvier 2011. Je travaille deux fois plus que dans l'enseignement et j'ai renoncé à mes trois mois et demi de vacances ! Mais je suis heureuse et je me réalise dans mon travail. Cette année, je compte bien reprendre un entraînement sportif régulier pour continuer à pratiquer le triathlon et les raids comme par le passé ! » ●

LES ÉVÉNEMENTS EMPLOI DE L'EXPRESS

● Vendredi 16 mars
5e Job Salon fonctions commerciales.
De 9 h 30 à 18 heures, Lille Grand Palais. Entrée gratuite.
www.jobrencontres.fr et www.lavoixletudiant.com

● Mardi 20 mars
24e Job Salon distribution et 9e Salon banque/finance/assurance
De 10 à 18 heures, espace Champerret, hall A, Paris (XVIIe). Entrée gratuite.
www.jobrencontres.fr

En savoir plus

Franchise. Le guide complet 2012, (L'Express éditions).
Hors-série annuel de L'Express « Franchise 2012 »
http://franchise.lexpress.fr
www.observatoire delafranchise.fr
www.franchise-fff.com

la seule façon de se rapprocher de son mari, installé dans la capitale des Hautes-Alpes. Pour autant, pas de précipitation ! « J'ai préparé ma reconversion pendant des mois et suivi une formation de cinq semaines dans le site pilote de CrediPro à Paris », confie la trentenaire.

Valider le modèle économique

Par définition, la franchise est la « duplication d'un succès », celui du franchiseur. Il convient donc de s'assurer que le futur point de vente va trouver sa clientèle dans la localisation choisie et être rentable. « Réaliser une étude de marché sur le terrain est une étape importante à ne pas négliger », confirme Nathalie Lapierre, qui a consacré deux mois à élaborer ce document, parallèlement à sa formation au sein de CrediPro.

L'étude de marché vient conforter le *business plan*, document indispensable à la négociation d'un crédit bancaire. Comme celui-ci couvre en moyenne 60 % du financement d'une installation en franchise, il vaut mieux aborder son banquier avec de solides arguments. Même si les banques sont plus enclines à financer un projet en franchise qu'un entrepreneur qui se lance en solo, la conjoncture les a rendues beaucoup plus exigeantes et sélectives. Il ne faut pas hésiter à faire jouer la concurrence, comme l'a fait Christophe Châtelet, qui a contacté quatre banques et envisage désormais l'ouverture d'un second centre Midas...

Certaines enseignes (dans la distribution ou la restauration rapide) proposent la formule de la location-gérance, qui permet de se lancer sans capital de départ important. Une solution expérimentée par Catherine Desmots, 39 ans, aujourd'hui franchisée Ada (location de véhicules) en Ile-de-France : « Je suis entrée dans le réseau comme salariée en 2001. Un an plus tard, Ada m'a proposé de devenir locataire-gérante dans Paris. Ce système permet de se familiariser avec l'exploitation d'une agence sans prendre trop de risques au début. » En 2006, Catherine a pu racheter le fonds de commerce des deux agences parisiennes qu'elle gérait, revendues depuis pour ouvrir ses deux agences actuelles, à Livry-Gargan (Seine-Saint-Denis) et à Vincennes (Val-de-Marne).

Mais, quelle que soit la formule, il faut garder à l'esprit qu'un franchisé est un entrepreneur qui risque son propre argent. ● JACQUES GAUTRAND

FRANCHISE EXPO PARIS 2012 REPÉREZ VOTRE FUTUR FRANCHISEUR

Plus de 400 enseignes représentant 75 secteurs d'activité s'exposent du 18 au 21 mars à la porte de Versailles. Une centaine de conférences et d'ateliers thématiques, réunissant franchiseurs, franchisés et experts, sont aussi au programme. Un espace coaching permet aux porteurs de projet de bénéficier d'entretiens individuels et de conseils. Et tous les matins, l'« école de la franchise », animée par la FFF, propose sa formation gratuite « futur franchisé », alliée à un parcours de visites sur mesure. La dimension internationale du Salon ne se dément pas, avec 20 pays étrangers représentés, dont le Royaume-Uni, invité d'honneur de cette 31e édition. ●

Renseignements et inscriptions sur www.franchiseparis.com

Isabelle Hennebelle

DAHMANE POUR L'EXPRESS

Des leaders et des moines

LA PÉRIODE DE CRISE ACTUELLE, POUR ANXIOGÈNE qu'elle soit, peut être l'occasion d'une transformation en profondeur. Encore faut-il avoir un semblant de mode d'emploi. « Grâce à 10 siècles d'expérience et à un style de vie unique, les moines de tradition bénédictine et de tradition zen peuvent apporter une inspiration et un rayonnement aux dirigeants et aux managers qui ressentent un déficit de sens », estime Sébastien Henry, dans son ouvrage *Quand les décideurs s'inspirent des moines* (Dunod, 2012), préfacé par Michel Bon, ex-dirigeant de Carrefour et de France Télécom. Diplômé de l'Essec, coach de dirigeants partageant son temps entre la France et l'Asie, Sébastien Henry a l'esprit d'entreprise solidement chevillé au corps. La société qu'il a cofondée à Hongkong il y a plusieurs années emploie 30 personnes pour un chiffre d'affaires de 2 millions de dollars. En parallèle, le businessman pratique depuis dix ans méditation, visualisation et retraites dans des monastères... Fort de cette double vision du monde, celui qui parle mandarin et japonais passe en revue neuf principes de la vie quotidienne des moines : vie en communauté, solitude et silence, prière et méditation, étude de textes sacrés, pratique de l'amour et de la compassion, stabilité, obéissance, hospitalité, pauvreté...

Les moines peuvent apporter des repères aux managers qui ressentent un déficit de sens

Trois principes, par exemple, sont particulièrement utiles aux managers. « La solitude, vécue souvent comme un fardeau par les chefs d'entreprise qui n'ont plus grand monde vers qui se tourner en toute confiance, peut se révéler fertile », estime le quadra. A l'instar des moines qui méditent et prient, les dirigeants peuvent apprendre à se nourrir de la solitude pour se recentrer, trouver un nouveau souffle et transformer leurs peurs (de faillite, d'échecs de carrière...) en énergie positive.

La notion d'obéissance inconditionnelle du moine à un chef spirituel est en général mal perçue et incomprise en Occident. « Pour autant, il peut s'agir d'une obéissance à sa propre spiritualité, à son intuition profonde, à cette véritable voie de la sagesse qui est en chacun de nous si on prend la peine de l'écouter », poursuit le coach. Une gageure dans le brouhaha permanent. Pourtant, les messages qu'elle délivre vont dans le sens d'un développement plus harmonieux du dirigeant et de son activité.

Enfin, la notion de pauvreté, a priori antinomique avec le monde entrepreneurial. Cependant, remarque Sébastien Henry, quand les dirigeants gagnent en profondeur spirituelle, ils en viennent à se poser, de façon quasi naturelle, la question du sens et de la finalité de leur business. Loin de l'esprit de sacrifice, ils mettent souvent en place des actions pour mieux partager les richesses qu'ils créent et pour accroître leur contribution à la société. ●